

Analisis *Cost Volume Profit* Sebagai Dasar Perencanaan Penetapan Harga Jual dan Perencanaan Laba yang Diharapkan.

(Study Pada Perusahaan Sumber Agung Kec. Sukun Kota Malang Periode 2013)

M. Fatqurrodji Arizal
Moch. Dzulkirom AR.
Sri Mangesti Rahayu
Fakultas Ilmu Administrasi
Universitas Brawijaya
Malang
Email: arizalmf@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the application of the Cost Volume Profit Analysis as a basis for the selling price and expected profit planning in 2014. The used method is descriptive method with a case study approach. The research data are secondary documents data including general description and the kopi Sumber Agung company's financial reports for three years (2011-2013). Based on the analysis that has been done, total fixed costs in 2013 is Rp. 407,219,093.15, and total variable cost is Rp. 1,558,782,963.00. The used basis for selling price and profit planning in 2014 is rate of increase of selling price and profit value from 2011 to 2013. The selling price planning in 2014 is Rp. 19,000/kg for kopi bubuk, Rp. 28.000/kg for kopi ovenan, and expected profit is Rp. 434.564.198,86. Effort optimal profit performed by applying the Cost Volume Profit analysis that informs the relationship between cost, volume, and profits. The conclusion of this study is to reach expected profit, the volume of sales should be achieved by the company is Rp. 2,451,866,903.27 or 114.405,99 kg which consists of 83.500,09 kg kopi bubuk, 30.905,90 kg kopi ovenan.

Key Word : *Cost Volume Profit.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan Analisis *Cost Volume Profit* sebagai dasar perencanaan harga jual dan laba yang diharapkan tahun 2014. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Data penelitian adalah data sekunder berupa dokumen-dokumen meliputi gambaran umum dan laporan keuangan perusahaan kopi Sumber Agung selama tiga tahun (2011-2013). Berdasarkan analisis yang dilakukan, pada tahun 2013 total biaya tetap Rp. 407.219.093,15, dan total biaya variabel sebesar Rp. 1.558.782.963,00. Dasar yang digunakan untuk perencanaan harga jual dan laba yang diharapkan pada tahun 2014 adalah tingkat kenaikan nilai harga jual dan laba dari tahun 2011-2013. Perencanaan harga jual per kilogram tahun 2014 sebesar Rp. 19.000 pada kopi bubuk, Rp. 28.000 pada kopi ovenan dan laba yang diharapkan sebesar Rp. 434.564.198,86. Upaya laba optimal dilakukan dengan menerapkan Analisis *Cost Volume Profit* yang menginformasikan hubungan antara biaya, volume, dan laba. Kesimpulan dari penelitian ini adalah untuk mencapai laba yang diharapkan volume penjualan yang harus dicapai oleh perusahaan adalah sebesar Rp. 2.451.866.903,27 atau 114.405,99 kg yang terdiri dari 83.500,09 kg kopi bubuk, 30.905,90 kg kopi ovenan.

Kata Kunci : *Cost Volume Profit.*

PENDAHULUAN

Dewasa ini persaingan dunia usaha semakin ketat, dengan banyaknya perusahaan pesaing yang terus bermunculan menuntut perusahaan harus dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas usahanya untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan

agar tidak tersisihkan oleh para pesaingnya. Secara umum, tujuan perusahaan baik jangka pendek atau jangka panjang adalah untuk memperoleh laba yang optimal. Tujuan perusahaan tidak selamanya berjalan dengan lancar karena untuk dapat mencapai tujuan tersebut perusahaan pasti

menghadapi tantangan. Salah satu tantangannya adalah meminimalkan biaya dan meningkatkan penjualan.

Biaya (*cost*) sebagai sumber daya yang dikorbankan (*sacrificed*) atau dilepaskan (*forgone*) untuk mencapai tujuan tertentu (Horngren, 2008:31). Penetapan kebijakan dalam perusahaan terhadap pengelolaan biaya, biasanya manajemen dituntut untuk dapat menemukan peluang agar total biaya dapat diminimalkan sehingga sumber daya yang dikorbankan atau dilepaskan tidak terlalu besar. Tantangan berikutnya adalah penjualan, secara umum pengertian penjualan yaitu tingkat kuantitas produk yang dihasilkan dari operasional perusahaan dan terjual di pasar dengan nilai ukur uang. Aspek ini menuntut manajemen untuk dapat menemukan peluang untuk meningkatkan penjualan mengingat tingkat penjualan berbanding lurus dengan tingkat laba yang akan diperoleh oleh perusahaan pada periode waktu tertentu.

Tantangan itu dihadapi dengan memaksimalkan peran manajemen. Salah satu peran manajemen adalah melakukan perencanaan. Perencanaan merupakan suatu pedoman untuk menjalankan aktivitas perusahaan. Salah satu kebijakan yang mempengaruhi perolehan tingkat laba adalah penetapan harga jual produk. Besar atau kecilnya nilai yang ditetapkan manajemen pada nilai jual produk mempengaruhi tingkat pendapatan total dan tingkat laba yang diharapkan.

Teknik analisis mengelola hubungan antara biaya, *volume*, dan laba merupakan kunci menjaga kelangsungan hidup perusahaan dan mengembangkan aktivitas perusahaan. Analisis biaya *volume* laba (*Cost Volume Profit Analysis CVP*) merupakan alat yang menyediakan informasi bagi manajemen mengenai hubungan antara biaya, laba, bauran produk, dan penjualan (Carter, 2009:283). Informasi yang dihasilkan dapat digabungkan untuk menentukan arah aktivitas perusahaan seperti jumlah produksi yang dihasilkan untuk memperoleh laba yang diinginkan.

Sektor usaha yang dapat di analisis dengan *Cost Volume Profit* adalah pengolahan kopi. Perusahaan Kopi Sumber Agung juga merupakan perusahaan manufaktur dibidang pengolahan kopi. Produk yang dihasilkan adalah kopi bubuk dan kopi ovenan. Lokasi perusahaan berada di Kecamatan Sukun Kota Malang. Perusahaan Kopi Sumber Agung memasarkan produknya di daerah Malang, Pasuruan, Blitar, dan daerah Jawa Timur lainnya. Permintaan kopi yang cukup tinggi pada Perusahaan Kopi Sumber Agung menuntut

manajemen bekerja lebih keras. Perusahaan mencatat jumlah permintaan kopi dari konsumen dan penjualan sebagai berikut :

Tabel 1 Permintaan Kopi Bubuk pada Perusahaan Kopi Sumber Agung Tahun 2011 – 2013.

Tahun	Total Permintaan Kopi Bubuk	Total Penjualan Kopi Bubuk	Total Permintaan yang Belum Terpenuhi
2011	80.416,9 Kg	65.385 Kg	15.031,9 Kg
2012	87.770,3 Kg	72.437,8Kg	15.332,5 Kg
2013	91.057,8 Kg	74.445,6Kg	16.612,2 Kg

Sumber : Perusahaan Kopi Sumber Agung Tahun 2011 – 2013 (data diolah).

Tabel 2 Permintaan Kopi Ovenan pada Perusahaan Kopi Sumber Agung Tahun 2011 – 2013.

Tahun	Total Permintaan Kopi Ovenan	Total Penjualan Kopi Ovenan	Total Permintaan yang Belum Terpenuhi
2011	46.152,1 Kg	33.497Kg	12.655,1Kg
2012	41.055,4 Kg	31.625,9Kg	9.429,5 Kg
2013	37.419,7 Kg	30.905,9Kg	6.513,8 Kg

Sumber : Perusahaan Kopi Sumber Agung Tahun 2011 – 2013 (data diolah).

Berdasarkan tabel di atas diketahui total permintaan kopi bubuk pada tahun 2011 sampai 2013 meningkat yaitu 80.416,9 Kg, 87.770,3 Kg, dan 91.057,8 Kg sedangkan penjualan perusahaan pada tahun 2011 sampai 2013 yaitu 65.385 Kg, 72.437,8 Kg, dan 74.445,6 Kg. Jumlah total permintaan kopi bubuk yang terus meningkat tetapi diikuti dengan produktivitas perusahaan yang tidak berjalan secara maksimal berdampak pada permintaan kopi yang tidak dapat terpenuhi. Jumlah permintaan kopi bubuk dari konsumen yang tidak terpenuhi pada tahun 2011 sampai 2013 yaitu 15.031,9 Kg, 15.332,5 Kg, dan 16.612,2 Kg. Permintaan kopi bubuk yang tidak dapat terpenuhi menunjukkan bahwa perusahaan masih memiliki peluang untuk meningkatkan penjualan. Berbeda dengan yang terjadi pada produk kopi ovenan. Pada tahun 2011 sampai 2013 baik dari total permintaan kopi ovenan, total penjualan kopi ovenan, dan total permintaan yang belum terpenuhi terus mengalami penurunan. Hal ini menandakan bahwa dari kedua produk Perusahaan Kopi Sumber Agung, produk kopi bubuk terus mengalami peningkatan sehingga dibutuhkan suatu analisis untuk melakukan perencanaan di masa mendatang. Pada produk kopi bubuk, kebutuhan akan perencanaan di masa mendatang sangat diperlukan.

Mengingat permintaan kopi bubuk yang tidak dapat terpenuhi menunjukkan perusahaan masih memiliki peluang untuk meningkatkan penjualan. Perencanaan yang dibutuhkan pada kopi bubuk antara lain perencanaan harga jual dan perencanaan laba.

Selain itu, permasalahan yang sering dihadapi oleh perusahaan adalah belum melakukan analisis biaya secara tepat. Analisis biaya yang belum tepat adalah alokasi biaya bersama pada setiap produk. Berikut data perusahaan mengenai penjualan, total biaya, dan pencapaian laba pada produk kopi bubuk :

Tabel 3 Penjualan, Total Biaya, Produk Kopi Bubuk Perusahaan Kopi Sumber Agung Tahun 2011–2013.

Tahun	Penjualan	Total Biaya
2011	Rp.1.124.622.000	Rp.920.793.852,22
2012	Rp.1.289.392.840	Rp.1.037.397.801,23
2013	Rp.1.369.799.040	Rp.1.064.926.997,61

Sumber : Perusahaan Kopi Sumber Agung Tahun 2011 – 2013 (data diolah).

Tabel 4 Laba Produk Kopi Bubuk Perusahaan Kopi Sumber Agung Tahun 2011–2013.

Tahun	Laba	Rasio Pertumbuhan Laba
2011	Rp.203.828.147,78	-
2012	Rp. 251.995.038,77	23,63%
2013	Rp. 304.872.042,39	20,98%

Sumber : Perusahaan Kopi Sumber Agung Tahun 2011 – 2013 (data diolah).

Berdasarkan tabel diatas diketahui pada tahun 2011 sampai tahun 2013 tingkat penjualan, total biaya, dan laba terus mengalami peningkatan. Akan tetapi, rasio laba pada tahun 2012 sampai tahun 2013 mengalami penurunan yaitu sebesar 23,63 % menjadi 20,98 %. Data tersebut menunjukkan perusahaan belum dapat melakukan analisis dengan tepat terkait hubungan antara biaya, penjualan, dan laba sehingga kinerja perusahaan tidak berjalan secara efisien. Hal ini jelas menunjukkan bahwa Perusahaan Kopi Sumber Agung memerlukan suatu analisis dalam menentukan besarnya biaya yang dapat mempengaruhi penetapan harga jual dan besarnya laba yang akan diperoleh.

Analisis *Cost Volume Profit* merupakan analisis yang tepat untuk diterapkan karena dapat memberikan solusi dari permasalahan yang terjadi pada Perusahaan Kopi Sumber Agung. Selain itu, Perusahaan Kopi Sumber Agung juga belum pernah melakukan Analisis *Cost Volume Profit*. Berdasarkan penjelasan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul :

“Analisis *Cost Volume Profit* Sebagai Dasar Perencanaan Penetapan Harga Jual dan Perencanaan Laba yang Diharapkan”(*Study* Pada Perusahaan Sumber Agung Kec. Sukun Kota Malang periode 2013).

KAJIAN PUSTAKA

Biaya

Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu (Mulyadi, 2009:8). Definisi biaya (*cost*) adalah sumber daya yang dikorbankan (*sacrificed*) atau dilepaskan (*forgone*) untuk mencapai tujuan tertentu (Horngren, 2008:31). Menurut Hansen & Mowen (2006:40) mendefinisikan biaya adalah kas atau nilai ekuivalen kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang dan jasa yang diharapkan memberi manfaat saat ini atau di masa datang bagi organisasi.

Biaya Gabungan

Biaya gabungan didefinisikan sebagai biaya yang muncul dari produksi yang simultan atas berbagai produk dalam proses yang sama (Carter, 2009:269). Metode yang digunakan dalam alokasi biaya produksi bersama ke produk gabungan ada 4 (Carter, 2009:269), yaitu :

1. Metode Harga Pasar

$$\text{Rasio Nilai Biaya A} = \frac{\text{Total Harga Pasar Biaya A}}{\text{Total Harga pasar}} \times 100 \%$$

$$\text{Alokasi Biaya A} =$$

$$\text{Rasio Nilai Biaya} \times \text{Total Harga Pasar}$$

2. Metode Biaya Rata – rata per unit

Metode biaya rata – rata per unit berusaha untuk mengalokasikan biaya gabungan ke produk gabungan sedemikian rupa sehingga setiap produk menerima alokasi biaya gabungan per unit dalam jumlah yang sama. Biaya gabungan diperoleh dengan cara membagi total biaya gabungan dengan total jumlah unit yang diproduksi.

3. Metode Rata – rata tertimbang

Metode biaya rata – rata tertimbang tidak memberikan jawaban yang memuaskan atas masalah alokasi biaya gabungan, karena unit – unit dari berbagai produk gabungan berbeda secara signifikan. Faktor pembobotan yang telah ditentukan sebelumnya dapat diberikan pada setiap unit. Barang jadi dari semua jenis dikalikan dengan faktor pembobotan yang dibebankan ke keempat produk.

4. Metode Unit Kuantitatif

Metode unit kuantitatif mengalokasikan biaya gabungan berdasarkan satuan pengukuran yang sama, misalnya pon, galon, ton, atau meter persegi. Jika produk gabungan tidak biasanya diukur satuan ukuran yang sama, maka ukuran tersebut harus dikonversikan ke satuan yang sama.

Perilaku Biaya

Berikut penggolongan biaya berdasarkan perilakunya dibagi menjadi tiga golongan:

1. Biaya tetap adalah biaya yang tidak akan berubah secara total selama periode waktu tertentu sekalipun terjadi perubahan yang besar atas tingkat aktivitas atau terkait (Horngren, 2008:34).
2. Biaya variabel adalah biaya yang secara total berubah seiring dengan perubahan tingkat aktivitas atau terkait (Horngren, 2008:34).
3. Biaya semivariabel adalah biaya yang memiliki unsur tetap dan variabel didalamnya (Mulyadi, 2009:469).

Metode Pemisahan Biaya Semivariabel

Beberapa metode berikut dapat digunakan untuk memisahkan biaya semivariabel:

1. Metode Biaya Berjaga (*Standby Cost Method*), Menurut mulyadi (2009:472) metode ini menghitung berapa biaya yang harus tetap dikeluarkan andaikata perusahaan ditutup untuk sementara, jadi produknya sama dengan nol.
2. Metode Titik Tertinggi dan Terendah (*High and Low Point Method*), Menurut Mulyadi (2009:471) dalam metode ini suatu biaya pada tingkat kegiatan tertinggi dibandingkan dengan biaya tersebut pada tingkat kegiatan terendah di masa lalu. Selisih biaya yang dihitung merupakan unsur biaya variabel dalam biaya tersebut.
3. Metode Kuadrat Terkecil (*Least Squares Method*), Menurut Mulyadi (2009:474) Pada metode ini, beranggapan bahwa hubungan antara biaya dengan volume kegiatan berbentuk garis lurus dengan persamaan garis regresi $Y = a + bx$, di mana Y merupakan variabel tidak bebas yang perubahannya ditentukan oleh perubahan pada variabel x yang merupakan variabel bebas.

$$b = \frac{n\sum xy - \sum x \sum y}{n\sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$a = \frac{\sum y - b\sum x}{n}$$

Sumber : Mulyadi (2009:474)

Perencanaan Laba

Perencanaan laba (*profit planning*) adalah pengembangan dari suatu rencana operasi guna mencapai cita-cita dan tujuan perusahaan (Carter, 2009:4). Perencanaan laba dapat berjalan dengan baik jika memiliki banyak pertimbangan didalam pembentukannya. Beberapa faktor yang harus dipertimbangkan yaitu: perubahan teknologi, tindakan pesaing, keadaan ekonomi, keadaan demografi, kebutuhan pelanggan, perilaku sosial, dan kondisi politik.

Manfaat Perencanaan Laba

Beberapa manfaat dan keunggulan dari perencanaan laba adalah sebagai berikut (Carter, 2009:7) :

1. Perencanaan laba menyediakan suatu pendekatan yang disiplin terhadap identifikasi dan penyelesaian masalah.
2. Perencanaan laba menyediakan arahan ke semua tingkat manajemen.
3. Perencanaan laba meningkatkan koordinasi.
4. Perencanaan laba merupakan suatu cara untuk memperoleh ide dan kerja sama dari semua tingkatan manajemen.
5. Perencanaan laba merupakan suatu tolok ukur untuk mengevaluasi kinerja aktual dan meningkatkan kemampuan dari setiap individu. Hal ini mendorong untuk merencanakan bekerja secara efisien.

Keterbatasan Perencanaan Laba

Keterbatasan perencanaan laba adalah sebagai berikut (Carter, 2009:7):

1. Perkiraan bukanlah ilmu pasti.
2. Perencanaan laba dapat memfokuskan perhatian manajemen pada tujuan yang tidak selalu sesuai dengan tujuan keseluruhan organisasi.
3. Perencanaan laba harus memperoleh komitmen dari manajemen puncak dan kerja dari semua anggota manajemen.
4. Penggunaan perencanaan laba secara berlebihan sebagai alat evaluasi dapat menyebabkan perilaku disfungsional.
5. Perencanaan laba tidak menghilangkan atau menggantikan peran administrasi.
6. Penyusunan perencanaan laba memakan waktu.

Pengambilan Keputusan Harga Jual

Harga adalah jumlah uang yang diminta untuk barang dan jasa tertentu (Winardi, 1992:2). Salah satu cara untuk membuat keputusan penetapan harga jual yang baik adalah dengan memperhatikan faktor-faktor yang terkait. Berikut pertimbangan

yang sangat penting dalam penetapan harga jual adalah (Winardi, 1992:6) :

1. Biaya produk yang bersangkutan
2. Sasaran-sasaran perusahaan
3. Persaingan
4. Ciri-ciri pembeli
5. Kondisi-kondisi ekonomi

Cost Volume Profit Analysis

Cost Volume Profit Analysis (CVP) merupakan alat yang menyediakan informasi bagi manajemen mengenai hubungan antara biaya, laba, bauran produk, dan penjualan (Carter, 2009:283). Analisis Biaya *Volume* Laba merupakan suatu alat yang sangat berguna untuk perencanaan dan pengambilan keputusan (Hansen & Mowen, 2005:274). Berdasarkan beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa Analisis Biaya *Volume* Laba atau *Cost Volume Profit Analysis* adalah suatu alat yang menyediakan informasi digunakan dalam perencanaan dan pengambilan keputusan berkaitan dengan perilaku biaya, *volume*, dan laba.

Asumsi Cost Volume Profit Analysis

Terdapat beberapa asumsi dari *Cost Volume Profit Analysis* yaitu (Horngren, 2008:70) :

1. Perubahan tingkat pendapatan dan biaya hanya disebabkan oleh perubahan jumlah unit produk (atau jasa) yang diproduksi dan dijual.
2. Biaya total dapat dipisahkan ke dalam komponen tetap yang tidak berubah mengikuti perubahan tingkat *output* dan komponen variabel yang berubah mengikuti tingkat *output*.
3. Ketika disajikan secara grafik, perilaku pendapatan total dan biaya total bersifat linear (yaitu dapat digambarkan sebagai garis lurus) ketika dihubungkan dengan tingkat *output* dalam rentang (dan periode waktu) yang relevan.
4. Harga jual, biaya variabel per unit, serta biaya tetap (dalam rentang dan periode waktu yang relevan) telah diketahui dan konstan.
5. Analisis mencakup satu produk atau mengasumsi bahwa proporsi produk yang berbeda ketika perusahaan menjual beragam produk adalah tetap konstan ketika unit yang terjual total berubah.
6. Seluruh pendapatan dan biaya dapat ditambahkan, dikurangkan, dan dibandingkan tanpa memperhitungkan nilai waktu dari uang.

Konsep Dasar Cost Volume Profit Analysis

1. *Contribution Margin*

Contribution Margin (CM) =

Penjualan – Total Biaya Variabel

Sumber : Carter (2009:268)

Contribution Margin Rasio =

$$CMR = \frac{\text{Total CM}}{\text{Total Penjualan}}$$

Sumber : Simamora (2003: 182)

2. *Break Event Point* (BEP)

$$BEP (\text{unit}) = \frac{FC}{P - VC} \quad BEP (\text{Rp}) = \frac{FC}{1 - VC/P}$$

Sumber : Martono dan Harjito (2004:272-273)

3. *Break Event Point* (BEP) Multiproduk

Menghitung BEP, rumus yang digunakan untuk dua macam produk sama dengan produk tunggal. Hal ini bisa sama jika kedua macam produk tersebut memiliki *contribution margin* yang sama. Jika tidak sama maka rumus BEP produk tunggal juga dapat digunakan, tetapi terdapat langkah tambahan dalam penggunaannya. Terdapat perbandingan penjualan produk dan perbandingan dari produknya.

4. *Margin Of Safety* (MOS)

Margin pengaman (MOS) =

$$\text{margin of safety}$$

$$\frac{\text{Total anggaran penjualan}}{\text{margin of safety}}$$

Sumber : Garrison (2006:274)

5. *Operating Leverage*

$$\text{Degree of Leverage} = \frac{\text{marjinkontribusi}}{\text{lababersih}}$$

Sumber : Garrison (2006:343)

6. Hubungan Analisis *Cost Volume Profit* dengan perencanaan penetapan harga jual dan perencanaan laba yang diharapkan.

Penjualan (rupiah) =

$$\frac{(\text{biaya tetap} + \text{laba diharapkan})}{\text{rasio margin kontribusi}}$$

Penjualan (unit) =

$$\frac{(\text{biaya tetap} + \text{laba diharapkan})}{\text{margin kontribusi per unit}}$$

Sumber : Horngren (2008:76)

METODE PENELITIAN

Penelitian deskriptif (*descriptive research*) adalah jenis penelitian yang memberikan gambaran atau uraian atas suatu keadaan sejelas mungkin tanpa ada perlakuan obyek yang diteliti (Ronny, 2004:105). Jenis pendekatan penelitian ini adalah

studi kasus. Studi kasus disebut bila peneliti melakukan penelitian yang terinci tentang seseorang atau unit selama kurun waktu tertentu (Sevilla dkk, 2006:73).

Tujuan dari fokus penelitian yaitu untuk membatasi masalah yang akan dikaji dalam penelitian, sehingga objek yang akan diteliti tidak akan meluas. Fokus penelitian ini meliputi:

1. Biaya yang terkait dalam operasional perusahaan.
 - a. Biaya tetap
 - b. Biaya variabel
 - c. Biaya semivariabel
2. Harga jual
3. Penjualan
4. Laba

Lokasi penelitian yang dipilih oleh peneliti adalah Perusahaan Kopi Sumber Agung. Beralamatkan di Dukuh Silir Bakalankrajan, Kecamatan Sukun Kota Malang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemisahan biaya semivariabel

Pemisahaan biaya semivariabel menjadi biaya tetap dan biaya variabel dilakukan agar pembebanan biaya yang dilakukan Perusahaan Kopi Sumber Agung sesuai dengan perilaku biayanya sehingga mempermudah perusahaan dalam mengontrol biayanya. Pemisahaan biaya semivariabel dilakukan dengan Metode *Least Square*. Hasil yang diperoleh dari perhitungan tersebut yaitu total biaya tetap Rp. 407.219.093,15 dan total biaya variabel Rp. 1.558.782.963,00. Jadi, total biaya yang dikeluarkan pada produk kopi bubuk adalah Rp. 1.966.002.056,15.

Contribution Margin dan Contribution Margin Ratio

Contribution Margin dan *Contribution Margin Ratio* dihitung bertujuan untuk mengetahui besarnya kontribusi laba perusahaan. Besarnya kontribusi laba sangat berpengaruh pada besarnya laba yang diperoleh setelah perusahaan mengalami titik impas. Setelah titik impas, setiap unit yang terjual dapat dikalikan dengan kontribusi laba yang menghasilkan total laba operasi perusahaan. Besarnya *Contribution Margin* yang didapat adalah Rp. 893.083.947,00 dan besarnya *Contribution Margin Ratio* yang didapat adalah 36,42%.

Break Even Point

Salah satu tahap dalam Analisis *Cost Volume Profit* adalah menghitung *Break Even Point* atau sering disebut titik impas. Perhitungan titik impas ditujukan untuk memberikan informasi yaitu batas

minimal kuantitas produk yang diproduksi yang menyebabkan perusahaan tidak mengalami kerugian dan tidak mengalami keuntungan. Besarnya titik impas adalah Rp. 1.265.757.572,81 atau 60.863,03 yang terdiri dari kopi bubuk sebesar 48.645,29 Kg dan kopi ovenan sebesar 12.217,74 Kg.

Perencanaan penetapan harga jual dan perencanaan laba yang diharapkan.

Pada kopi ovenan, mengingat permintaan pada kopi ovenan terus menurun dan begitu juga dengan perolehan laba tiap tahun yang terus menurun menuntut perusahaan harus dapat mempertahankan kopi ovenan. Perusahaan agar dapat mempertahankan kopi ovenan sebaiknya harga yang ditentukan pada tahun 2013 digunakan juga pada tahun 2014 sebesar Rp. 28.000.

Perencanaan penetapan harga jual pada kopi bubuk, mengingat permintaan yang belum terpenuhi pada tahun 2012 merupakan peluang bagi perusahaan untuk meningkatkan penjualan pada tahun 2013 menjadikan peluang ini sebagai dasar pertimbangan perencanaan penetapan harga jual. Jadi, dalam melakukan perencanaan penetapan harga jual dasar pertimbangannya adalah kenaikan harga jual dari harga jual tahun 2012 ke harga jual tahun 2013 dan permintaan kopi bubuk yang belum terpenuhi pada tahun 2013. Berikut perhitungan perencanaan harga jual:

Tabel 5 Harga Jual pada Produk Kopi Bubuk Tahun 2011 – 2013

Perusahaan Kopi Sumber Agung			
Volume penjualan dan Harga jual Kopi Bubuk			
Tahun	Permintaan yang belum terpenuhi (Kg)	Harga Jual (Rp)	Kenaikan Harga (Rp)
2012	16.055,60	17.800,00	-
2013	16.612,20	18.400,00	600

Sumber : Perusahaan Kopi Sumber Agung Tahun 2013 (data diolah)

Menghitung besarnya kenaikan harga per kilogram dari permintaan yang belum terpenuhi tahun 2012 terhadap kenaikan harga tahun 2013 :

Kenaikan harga jual per kilogram =

$$= \frac{\text{Kenaikan harga tahun 2013}}{\text{Permintaan yang belum terpenuhi tahun 2012}} = \frac{600}{16.055,60} = \text{Rp. 0,04 (Pembulatan)}$$

Kenaikan Harga jual pada tahun 2014 =

= Kenaikan Harga jual per kilo \times permintaan yang belum terpenuhi tahun 2013

$$= \text{Rp. 0,04} \times 16.612,20 = \text{Rp 664,49 (pembulatan)}$$

Perencanaan penetapan harga jual tahun 2014 =

$$= \text{Harga jual tahun 2013} + \text{Kenaikan harga jual tahun 2014}$$

$$= \text{Rp } 18.400 + \text{Rp. } 664,49 = \text{Rp } 19.064,49$$

Mengingat uang yang beredar di masyarakat tidak ada pecahan Rp. 65 maka perencanaan penetapan harga jual pada tahun 2014 menjadi Rp. 19.000.

Perencanaan laba yang diharapkan pada kopi ovenan, mengingat permintaan pada kopi ovenan terus menurun dan begitu juga dengan perolehan laba tiap tahun yang terus menurun menuntut perusahaan harus dapat mempertahankan kopi ovenan. Perusahaan agar dapat mempertahankan kopi ovenan sebaiknya pada tahun 2014 perusahaan harus dapat mempertahankan pencapaian laba pada tahun 2013 sebesar Rp. 114.044.278,34. Perusahaan dapat mempertahankan pencapaian laba tersebut, berarti perusahaan sudah dapat mempertahankan produk kopi bubuk.

Perencanaan laba yang diharapkan pada kopi bubuk, berdasarkan pada rasio pertumbuhan total laba pada tahun 2012 sebesar 23,63% dan pada tahun 2013 turun menjadi sebesar 20,98% yang juga menunjukkan bahwa kinerja perusahaan juga mengalami penurunan. Agar kinerja perusahaan dapat kembali optimal, perusahaan melakukan perencanaan laba yang diharapkan minimal sebesar rasio pertumbuhan total laba pada tahun 2012 yaitu 23,63%. Jadi, besarnya laba yang diharapkan pada tahun 2014 adalah sebagai berikut:

Rasio Pertumbuhan Laba =

Labayangdiharapkan – labatahun 2013

$$0,2363 = \frac{\text{labatahun 2013} - \text{Labayangdiharapkan} - 259.257.397,49}{259.257.397,49}$$

$$\begin{aligned} \text{Total laba yang diharapkan} &= \\ (0,2363 \times 259.257.397,49) + 259.257.397,49 &= \text{Rp. } 320.519.920,52 \end{aligned}$$

Jadi, Perusahaan Kopi Sumber Agung berencana meningkatkan harga jual dan laba yang diharapkan. Harga jual yang direncanakan oleh perusahaan sebesar Rp. 19.000 kopi bubuk, Rp. 28.000 kopi ovenan dan rencana laba yang diharapkan sebesar Rp. 320.519.920,52 kopi bubuk, Rp. 114.044.278,34 kopi ovenan. Berdasarkan rencana tersebut, dengan Analisis *Cost Volume Profit* diperoleh penjualan yang harus dicapai oleh perusahaan sebesar Rp. 2.451.866.903,27 atau 114.405,99 Kg yang terdiri dari 83.500,09 Kg kopi bubuk sebesar Rp. 1.586.501.703,27, 30.905,90 Kg kopi ovenan atau sebesar Rp. 865.365.200,00.

Margin of Safety dan Degree of Leverage

Margin of Safety dan *Degree of Leverage* digunakan untuk memberikan informasi tambahan dalam rangka meningkatkan pengawasan operasi

perusahaan. *Margin of Safety* bertujuan untuk mengetahui seberapa besar penurunan penjualan yang direncanakan boleh mengalami penurunan tetapi perusahaan tidak sampai mengalami kerugian.

Berdasarkan perhitungan yang dilakukan peneliti, besarnya MoS adalah 48,38%. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan boleh mengalami penurunan tidak lebih dari 48,38% karena perusahaan akan mengalami kerugian. Sebaliknya, apabila penurunan penjualan kurang dari 48,38% maka perusahaan akan memperoleh keuntungan. *Degree of Leverage* bertujuan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam penggunaan biaya tetap untuk memperoleh laba operasi. Berdasarkan perhitungan yang dilakukan peneliti, besarnya DOL adalah 1,8 x. Hal ini menyatakan bahwa besarnya biaya tetap yang dikorbankan oleh perusahaan berdampak pada perbandingan antara *Margin of Safety* dengan laba operasi adalah 2,06 x. Jika nilai DOL 1 x maka besarnya biaya tetap yang dikeluarkan perusahaan sama dengan nol. Semakin mendekati 1 x nilai DOL yang dihasilkan perusahaan, semakin kecil pula biaya tetap yang dikorbankan sehingga laba operasi yang diperoleh menjadi lebih maksimal.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa penerapan Analisis *Cost Volume Profit* sebagai dasar perencanaan penetapan harga jual dan perencanaan laba yang diharapkan pada Perusahaan Kopi Sumber Agung Tahun 2013 diperoleh informasi jika perusahaan berencana menetapkan pada kopi bubuk harga jual yang semula Rp. 18.400 menjadi Rp. 19.000, kopi ovenan harga jual tetap Rp. 28.000 dan laba yang direncanakan oleh perusahaan sebesar Rp. 434.564.198,86 yang terdiri dari Rp. 320.519.920,52 pada kopi bubuk, Rp. 114.044.278,34 pada kopi ovenan. maka tingkat penjualan yang harus dicapai oleh perusahaan sebesar Rp. 2.451.866.903,27 atau 114.405,99 Kg yang terdiri dari 83.500,09 Kg kopi bubuk, 30.905,90 Kg kopi ovenan. Selain itu, agar kinerja perusahaan pada tahun 2014 dapat dipantau dengan mudah maka peneliti juga memberikan informasi tambahan yaitu *margin of safety* dan *degree of leverage*. Besarnya *margin of safety* dan *degree of leverage* adalah sebagai berikut 48,38% dan 2,06 x.

Saran

Setelah mempelajari kondisi Perusahaan Kopi Sumber Agung peneliti memberikan beberapa saran yaitu :

1. Sebaiknya perusahaan lebih teliti dan lebih mendetail dalam melakukan pembukuan operasi perusahaan.
2. Sebaiknya perusahaan harus mengalokasikan biaya kepada setiap produk dan menggolongkan biaya-biaya yang dikeluarkan berdasarkan perilakunya karena perusahaan dapat dengan mudah dan cepat memprediksi perolehan laba yang akan diterima perusahaan setelah perusahaan mencapai *Break even point* atau titik impas.
3. Jika perusahaan ingin melakukan perencanaan laba yang diharapkan maka perusahaan sebaiknya menggunakan Analisis *Cost Volume Profit* karena analisis tersebut memberikan informasi yang sesuai dengan informasi yang dibutuhkan manajer dalam melakukan perencanaan penjualan dan perencanaan laba.

DAFTAR PUSTAKA

- Carter, K. William. 2009. *Akuntansi Biaya*. Jilid Pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- _____. 2009. *Akuntansi Biaya*. Jilid Kedua. Jakarta: Salemba Empat.
- Garrison, Ray H. Noreen, Eric W. dan Brewer, Peter C. 2006. *Manajerial Accounting*. Buku 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Hansen, Dosr R. & Marryanne M. Mowen. 2006. *Manajemen account*. Jilid Pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- _____. 2005. *Manajemen account*. Jilid Kedua. Jakarta: Salemba Empat.
- Horngren, T, Charles & Srikant M. Datar dkk. 2008. *Akuntansi Biaya*. Jilid Pertama. Jakarta: Erlangga.
- Kountur, Ronny. 2004. *Metode Penelitian Untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Penerbitan PPM.
- Martono & Agus Harjito. 2004. *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: EKONESIA.
- Mulyadi. 2009. *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: STI Manajemen YKPN.

Sevilla, G. Consudo & Jesus A. Ochava dkk. 2006. *Pengantar Metode Penelitian*. Jakarta: Universitas Indonesia (UI-Press).

Simamora, Henry. 2003. *Akuntansi Manajemen Edisi II*. Jakarta: UPP AMP YKPN.

Winardi. 1992. *Harga dan Penetapan Harga Dalam Bidang pemasaran (Marketing)*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.